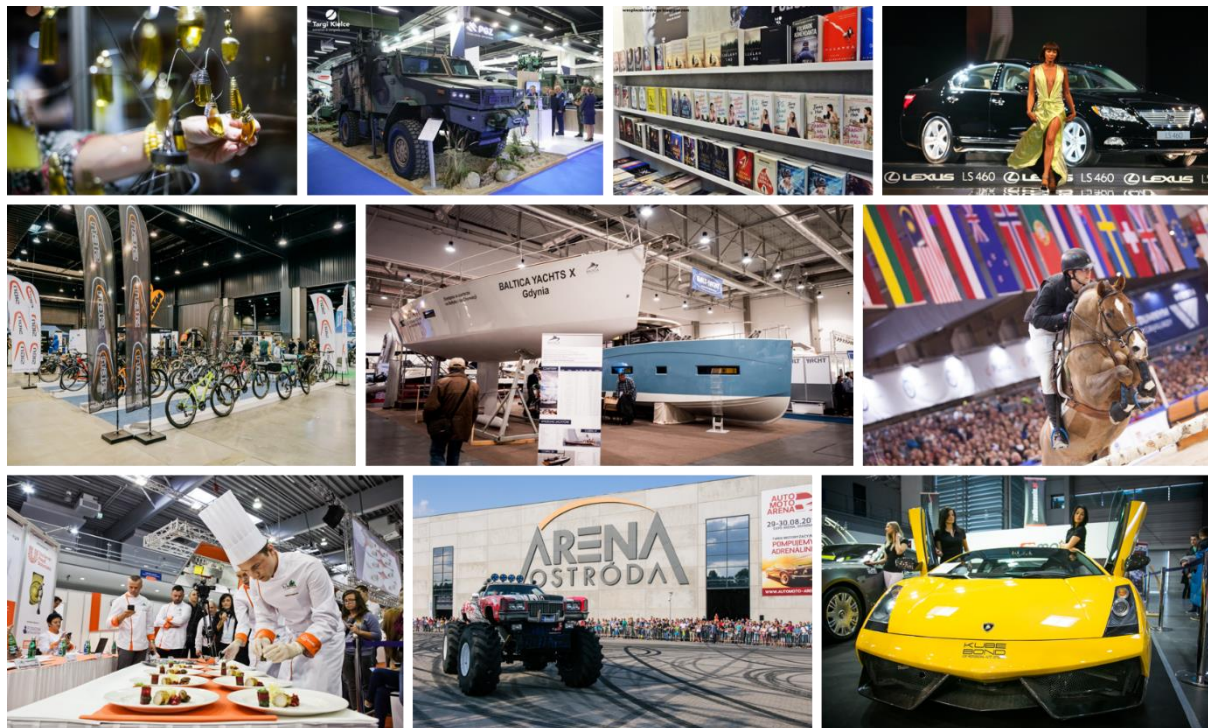


CO TARGI DAJĄ MIASTU I REGIONOWI?



Trzeba to jasno powiedzieć – organizacja targów, kongresów, konferencji czy innych wydarzeń gromadzących szerszą publiczność w konkretnym mieście i regionie przynosi wiele korzyści, bowiem są one nierozdzielnie związane z całym lokalnym i regionalnym systemem społeczno-gospodarczym. Oddziaływanie targów i innych wydarzeń organizowanych przez operatorów targowych jest szerokie i w wielu aspektach wymierne. Dzięki nim bardzo znacząca ilość środków finansowych trafia bezpośrednio lub pośrednio do szeregu interesariuszy w mieście. Dotyczy to sfer biznesowych, usługowych, administracji, czy mieszkańców, jako indywidualnych odbiorców oferty.



AmberExpo, Międzynarodowe Targi Gdańskie

Targi i towarzyszące im konferencje to również **upowszechnianie nowych technologii i koncepcji biznesowych**, które przenikają do świata gospodarczego. To dodatkowe **miejsca pracy związane z obsługą wydarzeń** czy też dostęp do ważnych **informacji biznesowych związanych z relacjami handlowymi**. Niewątpliwie uczestnictwo środowiska gospodarczo-społecznego w przedsięwzięciach

targowych wpływa na większą aktywność na polu indywidualnej przedsiębiorczości i silniejsze utożsamienie się z danym miastem czy regionem.

Jeśli przeanalizujemy dodatkowe środki finansowe napływające od osób pochodzących spoza lokalnej społeczności to zauważymy, że trafiają one nie tylko do organizatora targów lecz przede wszystkim do firm obsługujących targi, firm handlowych i usługowych w mieście czy bezpośrednio budżetu miasta.

Dzięki targom zarabia gastronomia, handel detaliczny, hotele, kina, transport publiczny i prywatny, branża medialna i reklamowa, i wiele innych. Z tych pieniędzy wypłacane są wynagrodzenia i realizowane inwestycje rozwojowe.



Międzynarodowe Targi Poznańskie

Przykładowe pojedyncze profesjonalne wydarzenie targowe przeznaczone dla biznesu – z udziałem 450 wystawców i 6.000 odwiedzających – generuje **dodatkowe przychody**, tylko dla **branży hotelowej i gastronomicznej**, na poziomie **1,5 mln zł**. Jeśli do tej kwoty doliczymy wydatki na rzecz przewoźnika lotniczego, wydatki „targowiczów” w czasie jednej imprezy mogą sięgnąć **3,8 mln zł**... wygenerowane przez jedno wydarzenie targowe...



Przejdźmy do wydarzeń realizowanych w przestrzeni publicznej. Proponuję proste zadanie. Co roku ok 800 tys. gości kilkakrotnie w ciągu 3 tygodni odwiedza Jarmark Św. Dominika (daje to ponad 2 mln odwiedzin w okresie trwania wydarzenia). Wyobraźmy sobie, że nagle połowa z tych 800 tys. osób w ogóle nie przyjedzie do Gdańska (według corocznie prowadzonych badań, w całej grupie odwiedzających Jarmark niemal 50% to osoby spoza Gdańska). Zakładając, że każdy z nich wydałby na Jarmarku 120 zł, a taki był średni wydatek na osobę odnotowany w minionych latach (bez uwzględnienia wydatków na hotele i inne miejskie atrakcje), dochodzimy do jednoznacznego wniosku – przedsiębiorcy sprzedający towary i usługi podczas Jarmarku straciliby wówczas prawie 48 mln zł. Ile stracą hotele, usługi, centra handlowe, indywidualne sklepy, przewozy? Wielokrotność tej kwoty. Przeciętne wydatki turysty odwiedzającego Gdańsk można szacować na ok. 350 zł dziennie. Każde 100 tysięcy gości przynosi więc lokalnej

gospodarce przez 3 tygodnie nie mniej niż **735 milionów złotych przychodów** (a w sezonie ceny są

niecو wyższe, a więc będzie to z pewnością więcej). Z tego lokalne firmy mogą wypłacać wynagrodzenia, spłacać kredyty, czy planować inwestycje rozwojowe.



Targi w Krakowie

Warto także pamiętać, że targi mają zasadnicze znaczenie w kształtowaniu wiedzy o mieście i regionie, oraz w budowaniu jego atrakcyjności oraz pozytywnego wizerunku. Wśród uczestników targów i konferencji – tysiące zwiedzających, gości i wystawców ze środowiska gospodarczego – znajduje się wielu liderów, którzy, między innymi, na bazie nawiązanych relacji oraz wiedzy pozyskanej podczas targów podejmują bezpośrednie decyzje związane z rozwojem swoich firm i ich lokalizacją. Wiedza o Polsce i Gdańsku, czy innych miastach na terenie, których znajdują się ośrodki targowe, uzyskana w trakcie pobytu na targach, może się przekładać na późniejsze decyzje dotyczące lokalizacji centrów usług obcych, baz logistycznych, czy innych inwestycji. Inwestorzy patrzą nie tylko na potencjał gospodarczy regionu, ale także na atrakcyjność osiedleńczą i warunki życia w miejscu, gdzie mają inwestować.



Targi Kielce

Podsumowując – organizacja targów i innych podobnego typu wydarzeń gromadzących szerszą publiczność oznacza:

- 1. Bardzo znaczące bezpośrednie i pośrednie wpływy finansowe dla biznesu, poszczególnych branż „przemysłu spotkań”, firm usługowych, mieszkańców, jako indywidualnych odbiorców oferty czy też administracji.**

2. **Transfer wiedzy i technologii.**
3. **Dodatkowe miejsca pracy.**
4. **Wzrost atrakcyjności osiedleńczej – szereg wydarzeń jest organizowanych dla mieszkańców i podnosi jakość życia.**
5. **Kształtowanie pozytywnego wizerunku miast, regionów, a nawet kraju.**

Paweł Orłowski

wiceprezes

Międzynarodowych Targów Gdańskich



W opracowaniu dotyczącym korzyści płynących z targów dla miast i regionów korzystałem z prac prof. Andrzeja Szromnika z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, prof. Roberta Bębna z Uniwersytetu Gdańskiego oraz badań Gdańskiej Organizacji Turystycznej